

CAPÍTULO V

FACEBOOK LIVE: UN NUEVO CANAL PARA LA ENTREVISTA

Felipe Pulido Esteban

Universidad Complutense de Madrid

María Luisa Sánchez Calero

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

La irrupción de *Facebook Live* en 2016 ha incrementado las posibilidades informativas. Los medios de comunicación aprovechan las oportunidades que ofrece la emisión en directo a través de la red social y crean nuevos espacios adaptados a ellas.

El género de la entrevista encuentra también en este nuevo ámbito un incremento de posibilidades interactivas. Las nuevas oportunidades que ofrece *Facebook* dan a los seguidores la opción de realizar comentarios, compartir la publicación y detallar sus impresiones mientras siguen el encuentro en directo.

Los diarios españoles *El País* y *El Mundo* aprovechan estas nuevas posibilidades y no dudan en crear sus propios espacios a través de *Facebook Live* desde el mismo año del lanzamiento del directo a todos los usuarios.

El esquema tradicional de la entrevista (entrevistador-entrevistado) se altera en los nuevos modelos que ofrece el ciberespacio. La audiencia es un elemento más que interviene en la construcción del diálogo y éste se enriquece con la participación del público como elemento activo dentro del proceso de realización de la entrevista.

Evoluciona, de este modo, la adaptación de la entrevista participativa al ámbito digital. Si en espacios predecesores como los encuentros o las entrevistas digitales ya destacaba la participación de la audiencia como un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista, con la incorporación de *Facebook Live* se incrementan aún más las posibilidades interactivas.

El papel tradicional del profesional como conductor del encuentro se mantiene, pero cobra mayor relevancia su papel de intermediador entre el entrevistado y la audiencia. Esa interconexión del periodista con el público se mantiene por medio de un dispositivo digital con conexión a internet, merced al cual el profesional del medio puede seguir la participación del público en sus entrevistas y trasladarle las cuestiones de interés al entrevistado.

Todo ello no está exento de los elementos que impiden la correcta decodificación del lenguaje. Los problemas que ocasiona la emisión en directo dificultan, en algunos casos, la capacidad de recepción del mensaje.

En cualquier caso, la entrevista como género periodístico incrementa sus posibilidades por medio de *Facebook Live* y se adapta a las nuevas oportunidades que ofrece la era digital.

Palabras clave:

Facebook Live. Entrevistas. Géneros Periodísticos. Emisión en directo. Participación del Público.

1. Introducción

Los medios de comunicación participan e interactúan en las redes sociales. Si la irrupción de internet supuso una adaptación y un incremento de las posibilidades informativas, las nuevas formas interactivas son un añadido más al marco de la comunicación.

Los géneros periodísticos aún luchan por salvaguardar sus características tradicionales en la red al mismo tiempo que se adaptan al sinfín de oportunidades que ofrece el ciberespacio. La entrevista, entendida dentro de la *Teoría de los Géneros Periodísticos*⁴, ha ideado nuevos formatos interactivos basados en la participación de las audiencias. Encuentros o entrevistas digitales, ciberencuentros, e incluso videoentrevistas. Los modelos y las formas de denominarlo son diferentes dependiendo del medio de comunicación. Tampoco los expertos guardan unanimidad conceptual sobre cómo deben llamarse estos espacios. Todos ellos tienen en común la participación de las audiencias y la inclusión del público como un elemento más dentro del proceso de realización de la entrevista.

El incremento de posibilidades en las redes sociales ha hecho que los medios de comunicación hayan tratado de utilizarlas como nuevas opciones informativas. La aparición de *Facebook Live* en el año 2016 supuso un incremento de posibilidades para el género de la entrevista. Los medios de comunicación más importantes, como son *El País* y *El Mundo*, no quisieron dejar escapar la oportunidad de adaptar este género a la red social y crear, así, nuevos espacios que favorezcan la interacción con la audiencia.

Antes de la implantación de *Facebook Live* en 2016, se había permitido su utilización a algunos usuarios como período de prueba y, tras ello, comenzó

4 La Teoría de los Géneros Periodísticos fue introducida en España en los años sesenta por el catedrático José Luis Martínez Albertos, siguiendo los modelos propuestos por Carl Warren en Estados Unidos y Emil Dovifar en Alemania.

su puesta en marcha en Estados Unidos en primer lugar. Con su apertura a todos los usuarios, se extiende la utilización del directo y, por consiguiente, también su manejo entre los medios de comunicación.

Aunque ya se habían utilizado algunas formas de emisiones similares como *Periscope*, la sencillez que aporta *Facebook Live* añade mayor facilidad entre los usuarios.

De este modo, el género de la entrevista trata de adaptarse al espacio de las redes sociales. Algunos intentos prematuros por mantener un diálogo periodístico en algunas redes sociales no habían conseguido el desarrollo necesario ni la permanencia en el tiempo que confirmase la solidez de los modelos.

La participación de la audiencia no es nueva. Así lo recuerda María Alcalá-Santaella⁵ cuando señala que este formato en el que la audiencia participa y realiza sus propias preguntas ya existía con anterioridad. Cita como ejemplo el programa “Directo, directo” (1981), de Radio Nacional de España, en el que la audiencia tenía la posibilidad de interrogar al invitado.

En cualquier caso, la adaptación digital está favoreciendo un incremento de la participación en las entrevistas, y en la última década se están desarrollando nuevos formatos que se basan en la aportación del público en estos diálogos.

Aún es pronto para determinar si con Facebook se habrá conseguido la consagración de un nuevo modelo de entrevistas. Por el momento, con el presente estudio, se pretende analizar cuál ha sido la primera adaptación de la entrevista a la red social en el año de implantación de *Facebook Live*, así como las nuevas posibilidades que este formato ofrece.

2. Marco Teórico

La entrevista periodística, tal y como se conoce hoy en día, nace en el siglo XIX⁶; pero será en el siglo XX cuando se consolide con la implantación de la Teoría de los Géneros Periodísticos⁷ en España.

La entrevista es un género que se ha popularizado tanto que “los directores de los periódicos la consideran ahora como una de las columnas del periodismo”⁸.

El gran atractivo de su modelo pregunta-respuesta le hacen ser un género que despierta el interés de la audiencia. No obstante, en la última década se

⁵ Redacción para Periodistas: Informar e Interpretar. (Pág. 109-110)

⁶ Historia de la Entrevista en la Prensa. Juan Cantavella. (Pág.13)

⁷ Martínez Albertos enuncia una serie de reglas prácticas sobre las que luego avanzarán otros estudiosos.

⁸ Introducción al periodismo. F. Bond (pág. 132)

ha tratado de adaptar a las innovaciones tecnológicas y ha incorporado nuevos formatos al modelo tradicional de entrevista, al igual que sucede con otros géneros. Antonio López Hidalgo y Ángeles Fernández, estudiosos del tema, señalan que “estos géneros constituyen una apuesta decidida por desarrollar fórmulas narrativas adaptadas a la naturaleza del ciberespacio”⁹.

En ese sentido prosiguen: “la interactividad proporcionada por los medios digitales ha potenciado el papel del público hasta límites nunca antes insospechados”¹⁰.

De este modo señalan a este modelo dentro del concepto que ellos denominan como *Entrevista de los Lectores*. Desde esta línea de investigación se cita al nuevo modelo como entrevista participativa (Pulido, Calero: 2016)¹¹. No obstante, los autores y estudiosos no guardan unidad con respecto a cómo denominar a estos espacios. Tampoco los medios lo hacen.

María Alcalá-Santaella¹², de la Universidad San Pablo CEU, remarca que junto a la entrevista que el periodista realiza y vuelca posteriormente en el entorno digital, ha surgido un nuevo tipo en el que el lector ocupa el papel del periodista y formula preguntas al entrevistado.

El papel del periodista se ve desplazado por la presencia del público y sus funciones pasan a ser otras diferentes.

La profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Concepción Edo¹³, señala en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo* que en Internet el emisor pierde su identidad histórica porque cualquiera puede convertirse en emisor. A la vez señala que los receptores, las audiencias, adquieren un nuevo protagonismo porque pueden intervenir en las distintas fases del proceso

La entrevista se encuentra en un período de adaptación. Su modelo tradicional convive con los nuevos modelos y formatos que se desarrollan en la red. Por tanto, es posible encontrar dos formatos que conviven: el del modelo pregunta-respuesta en el que se transcribe el encuentro y el nuevo modelo participativo en el que la audiencia participa activamente en ella. Así

⁹ Antonio Hidalgo y Ángeles Fernández (356)

¹⁰ Antonio Hidalgo y Ángeles Fernández (356)

¹¹ F, Pulido y M. L. Sánchez-Calero (2016). El nuevo Concepto de Entrevista: La entrevista participativa.

¹² Redacción para periodistas: informar e interpretar. (Pág. 109-110)

¹³ Edo en su libro *Periodismo Informativo e Interpretativo* sigue las propuestas desarrolladas en M. López, 2003 y en Armentia, J.I., Caminos, J.M., Ellexgaray, J, Marín, F. y Merchán, I., 2000. También J.M. Casasús en distintas intervenciones orales.

lo remarcaban estudiosos como, por ejemplo, Ana Mancera. (Mancera, 2011)¹⁴

Su consolidación, hoy por hoy, no está asentada. “Las entrevistas de los lectores constituyen un género periodístico con una amplia presencia en los medios, aunque por el momento no gozan de una periodicidad y un horario fijos, indicadores de la consolidación de un género”, sentencian López Hidalgo y Ángeles Fernández.

Con todo ello, los estudiosos del género de la entrevista reconocen la afluencia cada vez mayor de los nuevos modelos de entrevista, pero ponen de manifiesto la falta de afianzamiento de este género en la red.

3. Método

Las conclusiones a las que se ha llegado con esta investigación son el resultado de una metodología de análisis mixta, integrada por un estudio de campo y documental. Para ello se han analizado un total de 36 entrevistas emitidas a través de la plataforma *Facebook Live*, en los perfiles en línea de *El Mundo* y de *El País*.

La muestra de estudio se ha realizado ateniéndose a un criterio temporal. De este modo se han seleccionado todas las entrevistas registradas por ambos medios durante todo el año 2016, cuando *Facebook* lanza la posibilidad de realizar vídeos en directo a todos los usuarios en España.

Se han seleccionado los perfiles de los periódicos *El País* y *El Mundo* por su lanzamiento pionero a la utilización de *Facebook Live* y por la consolidación que han tenido otros espacios similares previos en ambos medios de comunicación, que aportan cierta trayectoria a estos espacios. También por el recorrido digital con el que cuentan los dos y el volumen de seguidores en su perfil.

El objeto de estudio de la investigación se centra, por consiguiente, en las posibilidades de adaptación del género de la entrevista periodística a las redes sociales. Así como en el estudio de los nuevos modelos de diálogo periodístico en los que se da una participación del público dentro del proceso de realización de la entrevista.

La hipótesis principal parte de la siguiente afirmación: “Los medios de comunicación utilizan *Facebook Live* como un canal para ampliar las posibilidades del género de la entrevista”. De este modo, una segunda hipótesis vendría a reflejar que la entrevista periodística enriquece sus posibilidades en la red social de *Facebook* y permite una participación mucho más activa de la audiencia con nuevos modelos y formatos.

¹⁴ ¿Cómo se “habla” en los cybermedios? *El español coloquial en el periodismo digital*. (Pág 245 y ss)

La justificación del trabajo se base en avanzar, por tanto, en el estudio de la entrevista periodística dentro de la *Teoría de los Géneros*.

De forma previa al estudio de campo, se ha realizado la contextualización del tema y el estado de la cuestión a través un análisis teórico. Cabe destacar que, para ello, se han tenido en cuenta las diferentes líneas de investigaciones enfrentadas y se ha puesto especial interés en los estudios y publicaciones que tratan los nuevos modelos de entrevista, así como la adaptación de la entrevista al ámbito digital.

Tras el análisis teórico, se ha realizado el correspondiente estudio de campo, en el que por medio de la observación, y como paso previo a la recogida de datos, se ha tomado nota de las particularidades que ofrece *Facebook Live* y del planteamiento de las entrevistas que se emiten por medio del vídeo en directo.

Esto ha sido de gran utilidad para, después, realizar las tablas de análisis y delimitar los elementos a estudiar.

Tras ello, ha tenido una relevancia especial el análisis cuantitativo de la investigación, que se ha realizado por medio de la utilización de instrumentos de recolección de datos, como fichas y tablas, que han llevado a obtener los porcentajes y datos cuantificables de la investigación. Este estudio ha permitido hacer un análisis descriptivo de la utilización que hacen los medios de *Facebook Live* y de las posibilidades que tiene la entrevista como género periodístico en este nuevo espacio.

Con el análisis descriptivo de los medios se ha obtenido una visión particular de cada uno. Sin embargo, ha sido el cruce de los datos y el método comparativo los que han permitido obtener las diferencias y similitudes en la utilización de estos espacios entre ambos medios. Con todo ello se han obtenido resultados cuantitativos que han arrojado importantes resultados a la investigación.

No obstante, con el objetivo de desarrollar una investigación mucho más exhaustiva y fortalecer los datos obtenidos por el método cuantitativo, se han realizado también entrevistas personales.

Tras el análisis, se ha validado el planteamiento inicial y el punto de partida de la investigación y se han expuesto los correspondientes resultados que confirman la investigación.

4. Resultados

Tras realizar el análisis, siguiendo la metodología previamente indicada, se valida la hipótesis inicial y el punto de partida de la investigación. Facebook es un canal que añade nuevas posibilidades al género de la entrevista periodística. Otros formatos predecesores, e intentos de adaptación de la entre-

vista al ámbito digital, como los encuentros digitales o ciberencuentros, tenían una ausencia de moderación por parte del profesional, que se veía limitado en su papel. Facebook añade más posibilidades que no tenían otros espacios y le da mayor interactividad. El papel de intermediación es más activo y el periodista tiene un papel más visible como nexo entre el público y el entrevistado.

Si en los primeros meses de 2016 se produjo el lanzamiento de la plataforma *Facebook Live* a todos los usuarios en España, los medios analizados no tardaron en sumarse a ello. *El País* fue pionero en este caso y lo hizo en el mes de julio, mientras que *El Mundo* se sumó a la iniciativa dos meses más tarde y se incorporó en septiembre.

Facebook Live ha supuesto, además, un antes y un después en los nuevos modelos de entrevista. Desde *El País* reconocen que el modelo de entrevista de *Facebook Live* ha venido a sustituir al espacio de *Entrevistas Digitales*, con el que contaba el medio previamente. En este espacio se realizaban entrevistas a modo de chat en la propia página del medio y la audiencia tenía posibilidad de plantear sus preguntas con antelación y también en el momento de ejecución de la entrevista. El profesional actúa en este modelo con un papel de filtrador de todas las cuestiones que plantea la audiencia. Sin embargo no resulta sencillo mantener una estructura ordenada en el planteamiento de las preguntas, así como en el mantenimiento de los ejes temáticos y la cohesión del texto.

La última entrevista digital de *El País* según este modelo corresponde a Carlos Boyero, crítico de cine español, y fue realizada en el mes de junio, justo antes del lanzamiento del medio al directo de *Facebook*. Con ello, en este caso el nuevo formato de la red social ha venido a sustituir el espacio que se realizaba previamente y le ha aportado nuevas posibilidades de interacción que los anteriores no tenían.

Por su parte, *El Mundo* no ha reemplazado la sección de *Encuentros Digitales*, como ellos la denominan, y la ha mantenido junto a la utilización de *Facebook Live*. Por el momento han convivido ambas secciones de forma simultánea.

En cuanto al número total de entrevistas realizadas por medio de la red social, *El País* llevó a cabo en 2016 un total de 38 encuentros por medio de *Facebook*. En el caso de *El Mundo* el número de entrevistas es menor y llegó a las 25 en total durante todo el año.

Con ello, es posible señalar que los medios han dado un primer paso en la incorporación del género dialógico a *Facebook Live*, aunque aún es pronto para saber cómo será la adaptación definitiva.

4.1 La temática

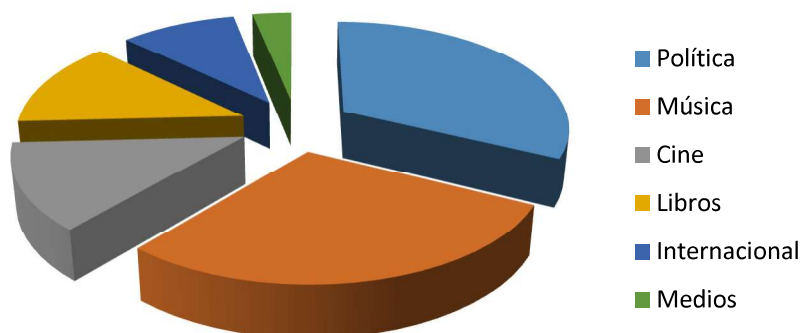
La temática presenta cierta riqueza en cuanto a contenido en los dos medios de comunicación analizados. Destacan temas como la música o el cine, al igual que ocurre en los espacios de *Entrevistas y Encuentros Digitales* de ambos medios.

En el caso de *El País* los temas políticos ocupan la mayor parte de la temática de las entrevistas en *Facebook live*, en suma suponen un 26,30% del total de entrevistas emitidas en 2016. Le siguen aquellos relacionados con la música (23,68%); el cine y los libros (10,52% cada uno); los temas de ámbito internacional (7,89%); y los relacionados con los medios de comunicación (2,63%). Otros como tecnología, sociedad, e inmigración, entre otros, ocupan en conjunto el 18,41%.

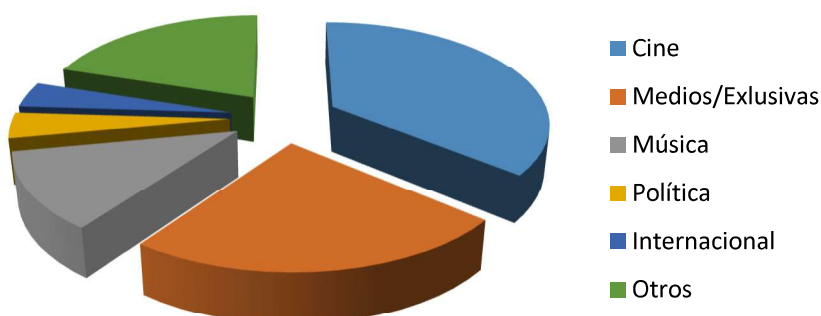
En el caso de *El Mundo* destaca el cine como temática principal, con un 36% del total de espacios emitidos. Esto se debe a que el medio cuenta con secciones dedicadas al género cinematográfico y a los estrenos de cartelera. En el caso de *El Mundo* los temas relacionados con los medios de comunicación suben al 24% con respecto al 2,63% que ocupan en *El País*. Es llamativo que en *El Mundo* se utiliza *Facebook Live* para mantener encuentros con periodistas que han dado exclusivas recientemente en la propia redacción y permiten a la audiencia preguntar sobre cuestiones que pueden resultar de interés sobre el tema. Un ejemplo sería la entrevista realizada a la periodista Paula Guisado, sobre la investigación del caso *Fookball Leaks* (3/12/2016).

Los temas musicales, por su parte, en *El Mundo*, pasan a la tercera posición, con una franja del 12% del total. En cambio, la política, que en el caso de *El País* superaba el 26%, y se situaba en primera posición, en este medio tan sólo representa un 4% de los encuentros emitidos, la misma franja que dedica a la información internacional. Otras temáticas como deportes o sociedad ocupan, en conjunto con otros temas, un 20% del total.

Temáticas Facebook Live El País



Temática Facebook Live El Mundo



4.2 Horarios y frecuencias

Los horarios de los encuentros en *Facebook Live* no guardan ninguna regularidad en la emisión. En ambos medios se emiten indistintamente del horario. Tampoco hay marcada una periodicidad o un número de encuentros delimitados al día. La suma de encuentros realizado varía visiblemente de unos meses a otros tanto en el caso de *El País* como en el de *El Mundo*.

Esto podría deberse a la falta de consolidación del modelo, o a la adaptación de los medios al “mundo sin horarios” de la red de redes y la “televisión a la carta”.

4.3 La duración de los espacios

En primer lugar, es necesario indicar que no hay una duración determinada para estos espacios. La extensión de los encuentros en *El Mundo* es visiblemente menor que la de los que se realizan en *El País* durante el período analizado. En el caso del primero, la duración de sus entrevistas oscila entre 6 minutos 15 segundos y 28 minutos 42 segundos. El segundo, por su parte, va de los 11:01 a los 40:15, que registra su encuentro más largo.

El de mayor duración en *El País* está realizado a Xavier Domenech, político y activista del 15-M. El de *El Mundo* corresponde al actor y humorista Jorge Cremades.

Con lo cual estos espacios no tienen establecido un tiempo de duración para todos los espacios, aunque siempre con tiempo inferior a una hora de duración en todos ellos.

4.4 Las visualizaciones

Las entrevistas realizadas por medio de Facebook Live consiguen ser más virales que aquellas emitidas en diferido. La red social tiene la posibilidad de emitir una alerta a todos los seguidores del perfil indicando que se está realizando un directo. Con ello las posibilidades de visualización se incrementan notablemente. Además, una vez terminado el encuentro, el vídeo puede mantenerse publicado en la red social para que aquellos que no lo han seguido en el momento de la emisión puedan reproducirlo más tarde y tantas veces como lo deseen.

También el usuario puede conocer aspectos de interés como el número de visualizaciones o los impactos que ha tenido la publicación entre la audiencia.

En ese sentido, el análisis arroja que las entrevistas emitidas por *Facebook Live* tienen más visualizaciones en *El País* que en *El Mundo*. Esto podría tener una relación con el número de usuarios que tiene cada medio, ya que *El País* cuenta con mayor volumen de prosélitos en su perfil que *El Mundo*.

La media de visualizaciones de las entrevistas de *El País* alcanza los 32.865,71 usuarios. Por el contrario, *El Mundo* se queda en 24.191,4 visualizaciones. Es destacable el volumen de seguidores que puede sumarse al seguimiento de estos espacios de una manera directa y rápida.

La entrevista más reproducida de 2016 la registra *El País*, dentro de la temática de Política. Se trata de un encuentro con el político de Podemos Íñigo Errejón. En esta entrevista se encuentra la cuota máxima de visualizaciones con 65.760 reproducciones. Podría explicarse por la notoriedad del personaje al que se entrevista y por el interés que éste puede causar entre la audiencia. Le sigue en visualizaciones la entrevista a Alberto Garzón,

también político, con 63.579 reproducciones, y la entrevista a Ramón Espinar, con 61.405. Las entrevistas más reproducidas y con mayor seguimiento, por tanto, son de ámbito político.

El Mundo, en cambio, registra su mayor cuota de reproducciones en el encuentro con Carlos García Pozo y Alberto Rojas, ambos relacionados con el medio. La entrevista versa sobre periodismo y fotografía y alcanza las 44.235 reproducciones.

4.5 La interacción, pieza clave del nuevo modelo de entrevistas

La particularidad que le da Facebook a esta nueva forma de construir entrevistas es un modelo mucho más interactivo en el que la audiencia ya no sólo traslada comentarios y opiniones, sino que tiene también la oportunidad de lanzar impresiones por medio de iconos y todos los elementos se centran en el incremento de las posibilidades de participación.

De esta forma, se han recogido una serie de elementos que favorecen la interacción y se ha analizado su tratamiento en los diferentes medios.

4.5.1. Las impresiones

Las impresiones son elementos icónicos que permiten a la audiencia resaltar su impresión sobre lo que está viendo. Esto permite al público realizar valoraciones sobre las entrevistas. Éstas pueden realizarse en el proceso de realización del directo o una vez que éste ya ha concluido. En cualquier caso, permanecen junto a la publicación en libre acceso en todo momento.

En total cabe la posibilidad de señalar seis elementos icónicos: “me gusta”, “me encanta”, “me divierte”, “me asombra”, “me entristece” y “me enfada”. Estas son las posibilidades que el público puede seleccionar para valorar el contenido que está viendo en la red social.

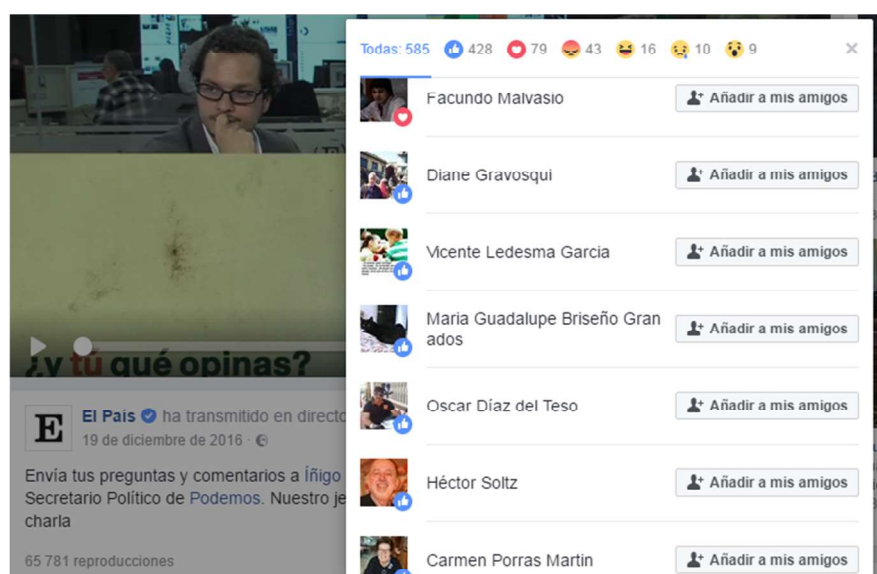
El análisis corrobora que el número de visualizaciones no es determinante en las interacciones que un medio pueda tener. De hecho si, como se apuntaba anteriormente, *El País* registra mayor número de usuarios que *El Mundo*, y sus entrevistas tenían mayor número de visualizaciones, en las interacciones la cosa cambia. *El Mundo* registra mayor número de impresiones de las que tiene *El País*.

De este modo, el número de impresiones de las entrevistas realizadas en El Mundo en 2016 ascienden a una media 480,04. Las de *El País*, en contrapartida se quedan en 367,71 de media.

La entrevista con mayor número de impresiones está también en *El Mundo*, con 1.656 valoraciones. Se trata de la entrevista realizada al crítico de cine Luis Martínez. Le sigue en el mismo medio con 1.633 el encuentro con Carlos García Pozo y Alberto Rojas. Por su parte, la tercera con mayor número

de impresiones, 1.445 en total, se encuentra en *El País* y está realizada a Ignacio Álvarez-Ossorio, experto en temas internacionales.

En definitiva, las impresiones permiten conocer la opinión del público sobre el personaje o el espacio que se está emitiendo. En la imagen que se detalla se puede apreciar el desglose de una entrevista, donde se aprecian las impresiones del público que accede a ella.



4.5.2 Compartir la entrevista

Se trata de una posibilidad más que ofrece Facebook a los usuarios y que favorece la difusión y, por consiguiente, la visualización de la entrevista. Con la posibilidad de compartir, el usuario podrá distribuir la publicación en directo, en caso de hacerlo en el momento de la retransmisión, entre todos los seguidores de su perfil. Estos se irán sumando a los del medio. De esta forma se ofrece un efecto multiplicador y dinamizador.

También en este ámbito, los seguidores de *El Mundo* son más interactivos que los de *El País*. En cualquier caso, en ambos medios, las veces que se comparte la publicación es menor que el número de impresiones y que el de los comentarios emitidos. Esto podría deberse a que compartir implica tener el contenido en el tablón personal como una publicación más.

El Mundo tiene una media de 81,52 publicaciones compartidas, mientras que *El País* se queda detrás con 78,36 veces de media. En este caso, la entrevista que ha sido compartida más veces se trata de la realizada a Alberto Garzón, en *El País*, con un total de 442 veces.

Una vez finalizado el encuentro, también es posible compartir la entrevista en diferido.

4.5.3 Los comentarios

Los comentarios de la audiencia en el espacio, permiten trasladar a la persona que dirige el encuentro las preguntas que el público quiere plantear al entrevistado. Estas, en la mayoría de las ocasiones, se intercalan con juicios de valor de la audiencia y opiniones personales.

Todos los usuarios tiene la oportunidad de seguir los comentarios que se realizan en el espacio e incluso de responderles personalmente. Esto ofrece la posibilidad de que el público pueda interactuar con el moderador y también con otros usuarios entre sí.

El Mundo registra mayor número de comentarios de media que *El País*. De este modo el primero cuenta con 217,16 comentarios de media y el segundo 201,27. Vuelve a confirmarse que la participación no guarda relación con el volumen de seguidores del medio.

De igual modo, la entrevista con más participación en este ámbito se encuentra en *El Mundo* y está realizada a la periodista Paula Guisado. Tiene un total de 1.226 comentarios.

La posibilidad de comentar en directo es lo que realmente posibilita la opción del público de trasladar sus preguntas al entrevistado. Todo ello a través de la figura del moderador que dirige el encuentro.

4.6 La figura del moderador

El encuentro por medio de *Facebook Live* está dirigido por uno o varios moderadores que hacen la función de entrevistador. La asistencia de un moderador en este tipo de encuentros es frecuente. No obstante, en la muestra analizada, ha sido posible encontrar, en algún caso puntual, la ausencia de un moderador en la entrevista. En este caso es únicamente el receptor quién lee y responde algunas de las preguntas que emite en ese momento la audiencia.

En los espacios de *El Mundo* emitidos durante 2016 hay un moderador en todos ellos; mientras que en *El País*, en alguna ocasión puntual, se prescinde de ésta figura. Se entiende que para que haya un desarrollo de la entrevista debe haber una presencia constada del moderador. Este debe ser quien seleccione las preguntas de la audiencia y quien mantenga el hilo conductor a lo largo de todo el encuentro.

Quien realiza esas funciones suele ser, de forma general, en ambos perfiles un profesional del propio medio. Su papel es el de conducir el encuentro con el entrevistador y el de introducir las cuestiones que plantea el público en el momento oportuno de la entrevista.

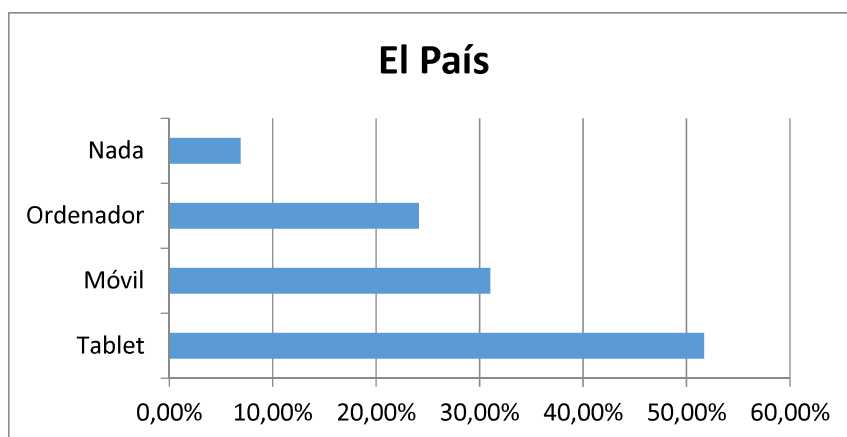
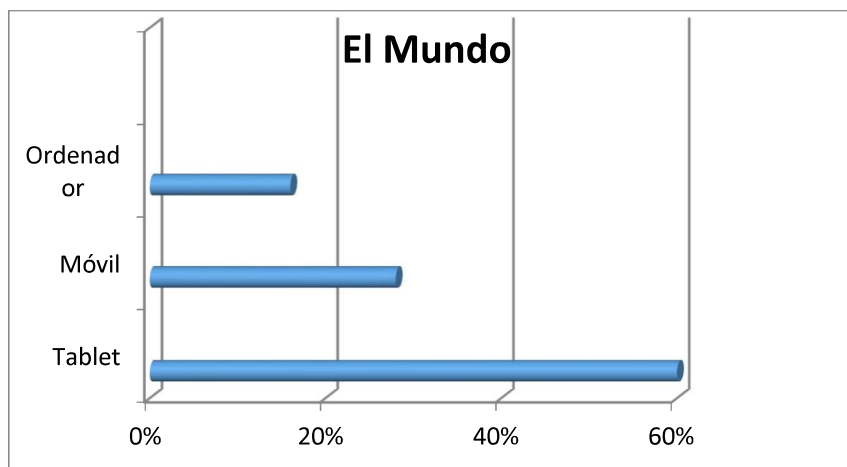
El periodista, por tanto, mantiene un papel en la entrevista en el que es importante que esté documentado, ya que es él quien dirige los ejes de la entrevista y quien dirige el transcurso de la misma. El conductor de la entrevista tiene, por un lado, que atender al entrevistado y escuchar sus respuestas y, por otro, atender a las preguntas que el público está planteando en ese momento. Por lo que su labor no será fácil y requiere de una doble atención.

Además, el conductor del encuentro anima a la participación de la audiencia a lo largo de la entrevista y les invita a trasladar sus cuestiones. Es a lo largo del desarrollo de la misma cuando introduce las preguntas del público. Mantendrá esa conexión con el usuario durante todo el encuentro a través de un dispositivo con conexión.

4.7 El dispositivo de intermediación

El contacto entre el periodista y el público se establece por medio de un dispositivo electrónico con conexión a Internet. Esto permite al entrevistador seguir las preguntas y comentarios que la audiencia está realizando en cada momento y seleccionar aquellas que sean de interés para la entrevista.

El dispositivo más utilizado en ambos medios es la Tablet, le sigue el teléfono móvil, y el que menos se utiliza es el ordenador portátil. En *El Mundo* la utilización de la Tablet se da en el 60% de las entrevistas realizadas en Facebook Live; el móvil en el 28% y el ordenador portátil en el 16%. En el caso de *El País*, la Tablet se utiliza en el 51.72% de los encuentros; el móvil en el 31,05% de los casos y el portátil en el 24,15%. En este caso, en un 6,9% de las entrevistas no se utiliza ningún dispositivo, con lo que se rompe el vínculo con la audiencia y, por tanto, no habría participación de la misma en el desarrollo de la entrevista. El público tiene la posibilidad de interactuar, pero sus impresiones y comentarios no son trasladados al moderador que dirige el encuentro, por lo que tampoco llegan al entrevistado.



4.8 Dificultades y problemas del modelo de entrevista

Si la principal ventaja de este formato de entrevistas es que el modelo gana en interactividad, tiene la especial dificultad de atender al dispositivo que vincula al moderador con el público y a la misma vez mantener la atención con el entrevistado.

De esta forma, se hace más complicado salvaguardar los ejes de la entrevista y dificulta al moderador en la labor de introducir las cuestiones del público en el momento idóneo de la entrevista y sin romper la línea de la conversación.

Otro de los problemas a los que se enfrenta este modelo de entrevista es el de la emisión en directo en una plataforma ajena al medio. Esto puede ocasionar dificultades técnicas, en función del dispositivo y la cobertura de emisión.

En los dos modelos estudiados se han podido extraer algunos ejemplos de los problemas que ocasiona la emisión en directo y que pueden dar lugar a una contrariedad con la seriedad del medio y la falta de formalidad de los espacios.

En la entrevista realizada en *El País* a los miembros de “La maravillosa orquesta del alcohol” (15/12/2016), grupo musical, se aprecia como el sonido de un dispositivo móvil irrumpe en directo en la retransmisión.

En el mismo medio, en la entrevista a Maribel Verdú (14/12/2016) se escuchan, cuando aún se está emitiendo la cabecera, comentarios técnicos de fondo que deberían haberse omitido de la emisión.

Pero, probablemente, uno de los casos más reseñables es la interrupción de la entrevista a David Bisbal en *El País* por el fallo de la señal que da acceso a Internet. Posteriormente se reanuda un nuevo *Facebook Live* con el mismo protagonista en el que su apariencia, en cuanto al vestuario, es diferente.

Lo mismo sucede con las publicaciones emitidas por *El Mundo* en entrevistas como la realizada a los periodistas Paula Guisado y Javier Sánchez (03/12/2016). Los problemas derivados del directo se suceden de forma similar en los dos medios estudiados. Un factor podría ser el de utilizar la plataforma de la red social y no plataformas del propio medio que podrían servir para una mayor prevención del error y con mayor control técnico.

5. Conclusiones

- La emisión de entrevistas por medio de *Facebook Live* consolida la posibilidad de explotar este género en las redes sociales.
- La red social *Facebook*, con la incorporación del vídeo en directo en sus publicaciones, incrementa las posibilidades de visualización y de llegar a un mayor volumen de audiencia.
- Las visualizaciones de una entrevista no se traducen en una mayor interacción del público. Mientras que *El País* cuenta con mayor número de reproducciones en sus entrevistas, *El Mundo* tiene un público más interactivo a la hora de marcar sus impresiones, compartir las publicaciones y enviar comentarios.
- Los nuevos espacios de entrevistas en *Facebook Live* dan continuidad a las Encuentros Digitales de *El Mundo* y Las Entrevistas

Digitales de *El País*. En el caso del segundo, *Facebook Live* dilapidó la sección anterior y la reemplaza por este nuevo modelo más interactivo. En el primero, por el momento conviven ambos modelos.

- El profesional tiene la doble función de dirigir el encuentro y ejercer de moderador entre el entrevistado y el público.
- El año de lanzamiento del directo en *Facebook* los principales medios han seguido la tendencia que aportan estos espacios. No obstante aún es pronto para señalarlo como un modelo consolidado y dependerá de su evolución y desarrollo el establecimiento de un modelo propio de entrevista.
- El género de la entrevista evoluciona y se adapta a las nuevas posibilidades informativas con nuevos modelos y formatos.

6. Referencias bibliográficas

- Bond, F. Fraser (1974) *Introducción al Periodismo*. México: Editorial Limusa.
- Cantavella, J. (2002): *Historia de la entrevista en la prensa*. Madrid: Editorial Universitas, S. A., 84-7991-132-8
- Cantavella, J. (2007): *Manual de la entrevista periodística*. Madrid: Editorial Universitas, S. A., 978-84-7991-206-2
- Cantavella, J y Serrano, J.F. (2014): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel Comunicación, 978-84-344-1298-9
- Del Arco, M. (1948): *El personaje en el bolsillo*. Barcelona: Barna.
- Dovifat, E. (1964): *Periodismo, 2 vols.*, México.
- Echevarría Llombart, B. (2012): *La entrevista periodística. Voz impresa*. Salamanca: CS, 978-84-15544-12-8
- Edo, C. (2009): *Periodismo Informativo e Interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Segunda Edición. Sevilla: CS, 978-84-96082-96-0.
- El Mundo (1996): *Libro de Estilo*. Madrid: Temas de Hoy, 978-84-78807-11-6.
- El País (2003): *Libro de Estilo*. Madrid: Aguilar, 978-84-03092-23-5
- García González, M. N. (2006): *La entrevista*. Madrid: Fragua, 84-7074-205-1

- Halperín, J. (1995): *La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires (Argentina): Paidós, 950-12-2701-4
- López Hidalgo, A. y Fernández Barrero A. (2014) “La entrevista de los lectores en la convergencia de medios y audiencias activas. Posibilidades y retos para la participación del lector”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 21, Núm 1. 353-357
- López de Zuazo, A. (1977): *Diccionario del periodismo*. Madrid: Pirámide.
- Martínez Albertos, J.L. (1974): *Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona: ATE.
- Martínez de Sousa, J. (1981): *Diccionario general del periodismo*. Madrid Paraninfo.
- Martínez Vallvey, F. (1995): *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 84-7299-329-9.
- Martín Vivaldiu, G. (1986): *Géneros Periodísticos*. Madrid: Paraninfo.
- Mayoral, J. (2013): *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid: Editorial Síntesis, 978-84-9958-872-8.
- Quesada, M. (1984): *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: Mítre.
- Razón, La. Edición Impresa 21 Enero de 2014. Pág 10 y ss.
- Sahagún, F. (2004) *De Gutenberg a Internet. La Sociedad Internacional de la Información*. Madrid, Fragua.
- Sánchez Calero, M. L. (2011): *Entre "tu y yo", el diálogo de la conversación pública*. En: *Géneros y Discurso Periodístico*. Madrid: Editorial Fragua, 978-84-7074-432-7.
- Santamarina, C. (1947): *Manual de Periodismo*. Buenos Aires: Pan América.
- Torrente Ballester, G. (1987). “Prólogo a gente de palabra”. 37 *personajes entrevistados, de Blanca Berasátegui*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Warren, C. (1975): *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: ATE.